

О некоторых аспектах изучения ситуации выбора названия

В данной статье рассматривается одна из стадий номинативного процесса, которую можно определить как ситуацию номинативного выбора (в широком понимании термина «выбор»).

Ситуации, когда в качестве названия употребляется специально созданный оригинальный звуковой комплекс, достаточно редки, во всяком случае в русском языке. В основном появление подобных неологизмов связано с созданием товарных марок, словесных товарных знаков и, отчасти, эргонимов, т. е. потребность в подобных названиях возникает прежде всего в области коммерции, бизнеса, торговли, что обуславливает специфику подобных онимов, условий и особенностей их функционирования. Более частотны ситуации, когда номинатор выбирает в качестве имени уже существующее в языке слово. В ядерных ономастических классах – антропонимии и топонимии такое номинативное поведение является нормой. Можно утверждать, что именно номинация-выбор является в настоящее время основной и главенствующей.

Исходя из этого, мы считаем, что выбор названия является очень важной, а иногда и самодостаточной стадией номинативного процесса, заслуживающей внимательного изучения. Однако ситуация выбора названия может пониматься как выбор номинативной модели для создания того или иного наименования или как выбор наиболее подходящего онима из массива потенциальных номинаций. В том и другом случае субъект производит оценку существующих вариантов и отдает предпочтение наиболее подходящему в данной ситуации. Но выбор модели – это процесс идущий, если можно так выразиться, от теории к практике: представляя себе достаточно четко номинативную задачу, предполагаемые характеристики названия, особенности его функционирования и т.п., номинатор выбирает тип будущего имени, исходя из набора ономастических моделей, существующих в языке вообще и в данном разряде собственных имен в частности. Таким образом, имя создается под конкретные характеристики, что может существенно ограничить полет фантазии и реализацию творческих потенций именотворца. Подбор же названия из массива уже существующих конкретных онимов – это сугубо практический путь, когда основным мотивом выделения того или иного имени становится (или может становиться) языковое чутье, эстетиче-

ское ощущение и т. п., когда можно руководствоваться даже интуитивным выбором на уровне «нравится – не нравится», а уже потом название отнести к той или иной ономастической модели.

В данной статье рассматриваются два примерно одинаковых по объему блока материала. Первый – фитонимы, названия сортов сельскохозяйственных растений⁵⁷. Рассмотрение этого материала предполагает интерпретаторский подход – мы избегаем анализа самого хода номинативного процесса, и исходной точкой наших рассуждений послужит имя собственное как результат номинативной деятельности. Такой подход представляется адекватным для данного материала, ведь, к сожалению, в научно-популярных изданиях и тем более специальных справочниках названия того или иного сорта практически не комментируются. Как исключение, можно привести следующий факт: название сорта овса «Геркулес» (1969 г.) было выбрано автором селекции прежде всего по аналогии с овсяными хлопьями, а уже во вторую очередь по ассоциации с героем греческой мифологии⁵⁸.

Изучение ситуации выбора названия с другой стороны, когда за точку отсчета берется сам процесс создания имени, предполагает проведение эксперимента для получения достоверных данных о ходе номинации. Именно таким путем получен второй блок привлекаемого нами для анализа материала. В 1996 г. проблемная группа «Язык и мир» при кафедре русского языка и общего языкознания Уральского университета получила заказ от фабрики «Уральские самоцветы» на создание наименований для серии новых запускаемых в производство зубных паст, что дало возможность провести эксперимент на базе реальной номинативной задачи и непосредственно наблюдать за процессом номинации. В данном случае внимание было сконцентрировано именно на выборе из определенного массива онимов наиболее подходящего названия, тогда как создание исходного набора номинаций предполагало ориентацию на максимальное разнообразие номинативных моделей.

Оба рассматриваемых разряда онимов лежат на периферии ономастического пространства. В настоящей статье мы, не вдаваясь в подробную аргументацию, рассматриваем их как собственные имена, хотя они не попадают под определение онома в строгом понимании последнего.

⁵⁷ Материал был выбран из брошюры: Новые сорта Красноуфимской селекционной станции. Свердловск, 1974.

⁵⁸ Неттевич Э. Рождение и жизнь сорта. М., 1983. С.128.

Названия сортов растений, например, не являются фитонимами в том значении, которое придается этому термину в словаре Н.В.Подольской⁵⁹, хотя мы применяем данный термин к сортам сельскохозяйственных культур вслед за З.И.Комаровой и В.В.Копчевой⁶⁰. Подобные названия относятся к классу номенклатурных обозначений, что предполагает свою специфику⁶¹. Названия зубных паст также являются номенклатурными обозначениями. С другой стороны, их можно рассматривать как словесные товарные знаки с соответствующими особенностями создания и функционирования. Вместе с тем данные типы номинируемых объектов достаточно близки друг другу и их сопоставление вполне корректно⁶². Ср.: «Товарные знаки остаются у нас (в русском языке советского периода. – С.Г.) в преобразованном виде как сортовые обозначения»⁶³. С ономаσιологической точки зрения отличие этих разрядов от собственно онома можно игнорировать. Для нас важно в первую очередь сходство номинативной ситуации при создании рассматриваемых названий.

Оба массива названий являются фактами искусственной номинации. Изучение ситуации выбора ономастической модели вообще возможно только при использовании в качестве материала фактов искусственной номинации, ведь в противном случае само выделение этой стадии номинативного процесса становится проблематичным. Естественная номинация является деятельностью непреднамеренной, произвольной, в процессе которой стадия анализа результата и, следовательно, осознанный выбор наиболее предпочтительного варианта практически отсутствуют. Напротив, в процессе искусственной номинации, целенаправленного создания имени собственного выбор названия играет решающую роль (а собственно создание нового слова чаще всего даже не

⁵⁹ Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии. М., 1988. С.143–144.

⁶⁰ См., напр.: Комарова З. И. О некоторых закономерностях «искусственной» номинации // Вopr. ономастики. Свердловск, 1979. Вып.13. С.116–121; Копчева В. В. Соотношение искусственной и естественной номинации (на материале названий растений): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Томск, 1985.

⁶¹ См., напр.: Лейчик В. М. Номенклатура – промежуточное звено между терминами и собственными именами // Вopr. терминологии и лингвистической статистики. Воронеж, 1974. С.13–24. Автор данной работы вообще рассматривает номенклатурные единицы как апеллятивы.

⁶² См.: Василевский А. Л. Термины и товарные знаки // Место терминологии в системе современной науки. М., 1970. С.116–120.

⁶³ Соболева Т. А., Суперанская А. В. Товарные знаки. М., 1986. С.54.

предполагается). Это связано с появлением у субъекта ясного осознания цели номинации и наличием более или менее четко выраженных требований к создаваемому ониму, что, в свою очередь, ярче выявляет в названии интенции и установки номинатора⁶⁴.

Кроме этого, хотя набор фитонимов складывался в течение нескольких лет, а названия зубных паст были придуманы одновременно, и тот и другой массив названий созданы каждый единым коллективом номинаторов, применительно к которому можно в той или иной степени говорить о единой номинативной традиции или системе.

Наконец, и для того и для другого класса объектов существуют уже сложившиеся наборы номинативных штампов и клише. Хотя объем названий зубных паст в русском языке и не сопоставим по размеру с количеством номинаций сортов сельскохозяйственных растений, первый вписывается в рамки более широкой традиции номинации изделий парфюмерных фабрик (мыла, кремы и т.д.), что позволяет говорить если и не о четкой системе штампов, то хотя бы об интуитивном представлении о «нормальном» для этой категории объектов названии. Любая сфера номинации с течением времени приобретает свои традиции, свой набор номинативных моделей, свои штампы и клише. Тем интереснее подробно рассмотреть названия, которые так или иначе выделяются из общего массива, несут на себе отпечаток индивидуальности создателя онима, выявить номинативные установки субъекта, мотивы выбора им того или иного оригинального названия, с одной стороны, и проследить причины появления номинативных стереотипов, с другой.

Онимическая номинация больше, нежели какие-либо другие ономастические процессы, тяготеет к стандартизации⁶⁵. На наш взгляд, это можно объяснить тем, что многие сферы искусственной номинации обязаны своим развитием (или вообще появлением) не столько «естественным» коммуникативным потребностям человека, сколько разного рода причинам, лежащим за рамками непосредственного речевого акта. Это – различные номенклатурные требования, технические причины, юридические нормы и т.д. Создавая название не для себя, а

⁶⁴ В своем понимании «естественной» и «искусственной» номинации мы ориентируемся на работы М. В. Голомидовой, см., напр.: Голомидова М. В. Искусственная номинация в топонимии: Дис. ... канд. филол. наук. Свердловск, 1987.

⁶⁵ Об ономастической стандартизации см., напр.: Суперанская А. В. Ономастическая стандартизация. Допустимость. Возможности. Ограничения // Восточнославянская ономастика. М., 1979. С.85–112.

потому, что «так положено», субъект (так сказать, «номинатор поневоле») не утруждает себя долгим размышлением, а использует первую попавшуюся формулу. В некоторых сферах сокращение моделей называния бывает заметно настолько, что это вызывает тревогу у людей, которые вообще способны тревожиться за судьбы языка⁶⁶. Таким образом, попыткам того или иного номинатора расширить ономастикон в определенной сфере функционирования собственных имен должно быть уделено повышенное внимание. С другой стороны, бурное развитие различных классов наименований (в частности – эргонимов⁶⁷), когда номинатор не укладывается в существующие рамки ограниченного набора традиционных моделей или просто не знаком с ним, также дает интересный материал для изучения.

В качестве примера можно привести следующий факт. Знаменитый селекционер академик В.П.Кузьмин, работая над новыми сортами пшеницы, последовательно давал им названия *Акмолинка 1*, *Акмолинка 2*, *Акмолинка 3*, *Акмолинка 4*, *Акмолинка 5*. Эти названия мотивированы географическим положением селекционной станции. Кроме того, название с индексом 1 указывает, что этот сорт – первый из выведенных на данной станции, а индексы 2–5 информируют о том, что данные сорта являются производными от первого. Такая система названий типична для номенклатуры опытных станций, работающих с сельскохозяйственными культурами. Подобные номенклатурные обозначения автоматически вводятся в общее употребление при выведении сорта, и их источником часто служит внутренняя номенклатура опытной станции. Вместе с тем автор селекции может присвоить тому или иному сорту оригинальное название по своему выбору, например, тот же селекционер называет еще один из своих сортов пшеницы *Боец*. Очевидно, это название тоже мотивировано свойствами объекта (стойкостью к болезням, морозу, и т. п.), но образная номинация гораздо меньше распространена в данной номинативной сфере, что сразу же выделяет образное название. Вероятно, на выбор нестандартного названия повлияли какие-то личностные установки субъекта, которые, отразившись в названии, стали

⁶⁶ Букчина Б. З., Золотова Г. А. Слово на вывеске // Рус. речь. 1960. №3. С.49–56.

⁶⁷ См., напр.: Яловец-Коновалова Д.А. Названия коммерческих предприятий: ономастологическая классификация и функционирование в современном русском языке: Дис. ... канд. филол. наук. Челябинск, 1997.

доступными для интерпретации. В частности, существен тот факт, что данный сорт был создан во время Великой Отечественной войны.

Анализ материала дает следующие результаты.

Первая группа – названия новых сортов сельскохозяйственных культур Красноуфимской селекционной станции. Всего в ней приводится двадцать пять названий новых сортов различных сельскохозяйственных растений (в основном это злаки). Из них 15 названий состоят из прилагательного *красноуфимский* и цифрового обозначения, например: *пшеница Красноуфимская 68*, *гречиха Красноуфимская 6* и т.п. Модель «оттопонимическое прилагательное + цифровой индекс» вообще очень распространена в этой сфере номинации, и ее преобладание не является чем-то удивительным. Чаще всего прилагательное указывает на конкретное местонахождение селекционной станции, значительно реже – на регион, где она находится. В нашем материале названий последнего типа всего 3: *рожь Уральская*, *ячмень Уральский*, *вика Свердловская*.

Вторая по распространенности в этой номинативной области модель «характеристика объекта по каким-либо свойствам, качествам, особенностям + цифровой индекс» по частотности употребления значительно уступает первой. В нашем материале 2 таких онима: *ячмень Голозерный 1*, *горох Комбайновый 5*. Таким образом, 20 названий имеют прямую отоъектную мотивировку и соответствуют сложившимся в данной сфере номинативным традициям.

Пять оставшихся названий менее традиционны и выделяются из общего массива номинаций. Приведем здесь их все: *пшеницы Стрела, Комета, Лира*; *ячмень Северянин*; *горох Восход*. Мы предлагаем следующую интерпретацию мотивов, повлиявших на выбор номинативной модели в каждом конкретном случае.

Восход – название традиционно для советского ономастикона. Оно часто употребляется для номинации самых разных объектов. Поэтому данная лексема воспринимается как «название вообще», нейтральное по значению и подходящее к любому случаю. Его выбор можно объяснить желанием или потребностью автора сорта дать объекту хоть какое-нибудь название, чтобы избежать некоторой сухости, официальности номенклатурного обозначения.

Название *ячменя Северянин* можно рассмотреть как содержащее указание на морозоустойчивость сорта. Подобные онимы также встречаются в данном ономастическом классе. Нетрадиционно в нем то, что

лексемы, обозначающие жителей того или иного региона, обычно употребляются для географической характеристики объекта. Название же *Северянин* имеет слишком широкую географическую соотнесенность и может быть рассмотрено как символическая номинация, отображающая некоторые характеристики объекта (морозоустойчивость, способность противостоять неблагоприятным внешним условиям). В последнем случае символический характер названия также предназначен для того, чтобы подчеркнуть «собственность» имени, отличие его от номенклатурного названия дескрипции (ср. название сорта картофеля *Фитотропоустойчивый*⁶⁸).

Употребление лексемы *Стрела* в качестве названия сорта пшеницы, на наш взгляд, может быть мотивировано внешним видом объекта (прямым, длинным стеблем, заостренными листьями и т.д.). Вместе с тем это попытка субъекта номинации избежать стандартного названия, разнообразить ономастический массив при помощи создания образного наименования. Отметим, что это название также широко употреблялось в советское время (кинотеатр, клуб и др.), таким образом, номинатор остается в рамках номинативной традиции.

Сорт *Комета* был создан примерно в первой половине 60-х гг. Данное название тоже может быть интерпретировано как образная номинация с отобъектной мотивировкой (пышный длинный колос можно связать по ассоциации с хвостом кометы). Кроме того, вполне возможно, что в данном названии отразился рост общественного интереса к космической тематике в 60-е гг. – примерное время создания сорта.

Название *Лира*, на наш взгляд, не содержит никакой отобъектной мотивировки. Вероятно, слово было выбрано как благозвучное и вызывающее определенные положительные ассоциации. Подобная мотивировка встречается в данной ономастической сфере нечасто.

Общим для всех пяти названий является нежелание субъекта ограничиться традиционной моделью номенклатурного обозначения, вполне удовлетворяющей своим задачам. У названия сорта сельскохозяйственного растения не предполагается широкая распространенность за пределами узкого круга специалистов. Для последних же номинация при выборе объекта практически не играет никакой роли, а на первый план выходят экономические характеристики, биологические особенно-

⁶⁸ Пример использован З.И. Комаровой, см.: Комарова З. И. О некоторых закономерностях «искусственной» номинации. С. 117.

сти и т.д. Появление названий, более или менее сильно отличающихся от номенклатурных индексов и дескрипций, объясняется убеждением номинатора в том, что данный объект «вполне достоин» получить собственное имя, красивое и оригинальное. Интересно отметить, что названия *Лира*, *Комета*, *Стрела* были созданы, по-видимому, одним и тем же человеком. Избегая стереотипов, существующих для данного ономастического класса, субъект, тем не менее, остается в рамках более широкой номинативной традиции. Рассматриваемые нами названия, будучи в той или иной степени оригинальными внутри своего разряда, являются достаточно распространенными в рамках общей номинативной традиции, где они уже стали стандартными клише.

Перед тем как приступить к анализу второго блока материала, необходимо отметить, что данный ономастический класс отличается от рассмотренного выше тем, что названия такого рода объектов предполагают обязательное наличие в той или иной степени отадресатной мотивировки. Однако при создании исходного набора номинаций мы исходили из необходимости представить в нем онимы, созданные по различным критериям, например, «шокирующего» типа, поскольку предполагалось, что яркие нетрадиционные названия имеют больше шансов привлечь внимание адресата. Данный список стал основой для социологического опроса, в котором участвовали примерно двести человек. При заполнении анкеты предлагалось выбрать как наиболее, так и наименее подходящие варианты. Таким образом можно было выделить названия, которые привлекли наибольшее внимание (как положительное, так и отрицательное), а среди них – те, которые оценивались как удачные.

Наибольшее внимание привлекли следующие названия (в порядке убывания их «популярности»): *Альбина*, *Белая зависть*, *Белая магия*, *Белый конь*, *Блеск*, *Братец Кролик*, *Жасмин*, *Зимняя свежесть*, *Мамонт*, *Пора вставать!*, *Прохлада*, *Сахарные уста*, *Свежий ветер*, *Снежная королева*, *Тридцать три богатыря*, *Улыбнись!*, *Фламинго*, *Целебная*, *Эльфина*, *Яблочный Спас*.

Наибольшее количество отрицательных оценок при этом получили наименования: *Белая зависть*, *Белый конь*, *Мамонт*, *Сахарные уста*, *Эльфина*.

На наш взгляд, данные номинации были восприняты отрицательно по следующим причинам.

Первое, второе и четвертое название основаны на игре слов и рассчитаны на ассоциации с соответствующими идиомами. Подобный принцип не характерен для номинативной традиции, сложившейся в данном ономастическом классе. Подобно этому третье название-шутка, сделанное в «неформальном ключе», также получает негативную оценку. Эти номинации предполагают неофициальную коммуникативную ситуацию, сокращение дистанции между номинатором и адресатом, легкое дружеское общение. В то же время ситуация их возможного употребления (разговор в магазине между продавцом и покупателем) традиционно предполагает в нашем обществе большую официальность, дистанцированность ее участников друг от друга.

Последнее название – сконструированное имя. Его отрицательную оценку можно объяснить неуместностью «романтических» ассоциаций в названии бытового объекта. Но необходимо отметить, что, по нашим данным, сконструированные названия зубных паст вообще воспринимаются отрицательно, даже если подобное название, например *Пенкодент*, уже употребляется в языке. Можно утверждать, что сконструированные названия вообще непопулярны для подобных объектов.

Наибольшее количество положительных оценок получили названия *Зимняя свежесть*, *Свежий ветер*, *Снежная королева*. Первые два названия содержат достаточно ясную отобъектную мотивировку (по ожидаемому результату действия объекта), в то же время их символический характер делает их достаточно привлекательными. Данные названия можно охарактеризовать как умеренно нейтральные, сбалансированные. Название *Снежная королева* – образная номинация, связанная по ассоциации с идеями свежести, чистоты, которые, по нашим данным, определяют большинство названий, воспринимаемых положительно.

Интересно отметить, что хотя при создании массива названий были использованы очень разные номинативные модели (в частности, названия «шокирующего» типа, например, *Поцелуй негра*), в процессе выбора остались названия наиболее нейтральные, достаточно типичные, не выходящие далеко за рамки номинативной традиции. При этом авторы номинаций также принимали участие в социологическом опросе, но даже если выставляли положительную оценку собственным «оригинальным» названиям, к чужим номинациям подобного типа относились достаточно скептически.

Приведенные факты позволяют сделать следующие выводы.

Процесс выбора названия для того или иного объекта предполагает ориентацию на традиционный для данного конкретного ономастического разряда набор моделей, типов и способов номинации. И если задачи номинации не предполагают создание эпатирующего онима, номинатор не стремится к манифестации собственной индивидуальности, довольствуясь в той или иной степени стандартным результатом. Это справедливо для создания названия в «чистом виде», которое имеет только назывную функцию. Вполне возможно, что оним имеет дополнительный смысл – решает некую художественную задачу, выполняет магическую роль в каком-либо обряде и т. д., но подобные ситуации не рассматриваются нами в рамках данного исследования.

Личностные установки номинатора и ориентация на языковой коллектив – два противонаправленных вектора, действующих на процесс создания нового имени. Особенно наглядно это проявляется в том случае, когда стадия выбора имени рассматривается особо. Если при создании названия, собственно в ходе номинации, ее автор достаточно свободен в своем творчестве и исходит прежде всего из субъективных критериев и личностных приоритетов, то при выборе названия ситуация прямо противоположная – ориентация на языковой коллектив, стремление предопределить положительное восприятие объекта как можно большим числом потенциальных адресатов приводят к нивелировке авторского начала, к господству более-менее общепризнанной точки зрения, что обуславливает появление номинативных штампов.